

UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA – UFPB

Centro de Ciências Sociais Aplicadas – CCSA

Curso de Administração – CADM

Plano de Negócios

Koala's Burguer – Hamburgueria

YANN EBRAHIM BARBOZA

João Pessoa
2018

YANN EBRAHIM BARBOZA

Plano de Negócios
Koala's Burguer – Hamburgueria

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como parte dos requisitos necessários à obtenção do título de Bacharel em Administração, pelo Centro de Ciências Sociais Aplicadas, da Universidade Federal da Paraíba / UFPB.

Professora Orientadora: Andréa de Fátima de Oliveira Rêgo

João Pessoa
2018

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

E15p Ebrahim Barboza, Yann.

Plano de Negócios Koala's Burguer - Hamburgueria / Yann Ebrahim Barboza. – João Pessoa, 2018.
47f.

Orientador(a): Profª Msc. Andréa de Fátima Rego.

Trabalho de Conclusão de Curso (Administração) – UFPB/CCSA.

1. Hambúrguer. 2. Hamburgueria. 3. Alimentação. I. Título.

UFPB/CCSA/BS

CDU:658(043.2)

Gerada pelo Catalogar - Sistema de Geração Automática de Ficha Catalográfica do
CCSA/UFPB, com os dados fornecidos pelo autor(a)

Folha de aprovação

Trabalho apresentado à banca examinadora como requisito parcial para a Conclusão de Curso do Bacharelado em Administração

Aluno: Yann Ebrahim Barboza

Trabalho: Plano de Negócios Koala's Burguer - Hamburgueria

Área da pesquisa: Administração geral

Data de aprovação: 06/06/2018

Banca examinadora

Orientador

Membro 1 (obrigatório)

Membro 2 (opcional)

LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1 - Estrutura Organizacional Inicial.....	12
FIGURA 2 - Estrutura Organizacional Futura.....	12
FIGURA 3 - Fluxograma Atendimento ao Cliente.....	15
FIGURA 4 - Fluxograma Execução da cozinha.....	16
FIGURA 5 – Fluxograma de Controle.....	17

LISTA DE TABELAS

TABELA 1 – Idade.....	23
TABELA 2 – Hamburguerias preferidas.....	28
TABELA 3 – Mais costuma consumir.....	28
TABELA 4 – O que mais gosta.....	29
TABELA 5 – O que menos gosta.....	29
TABELA 6 – Preços justos.....	29
TABELA 7 – Serviço de delivery.....	30
TABELA 8 – O que precisa para ficar melhor.....	30
TABELA 9 – Investimentos fixos.....	35
TABELA 10 – Investimento Pré-Operacionais.....	36
TABELA 11 – Estimativa de Estoque Inicial.....	36
TABELA 12 – Custos fixos.....	38
TABELA 13 – Custo Unitário.....	39
TABELA 14 – Faturamento Mensal.....	39
TABELA 15 – Depreciação.....	40
TABELA 16 – Demonstrativos de resultados.....	40
TABELA 17 – Indicadores de Viabilidade.....	40
TABELA 18 – Cenários.....	41
TABELA 19 – Investimento total.....	41

LISTA DE GRÁFICOS

GRÁFICO 1 – Renda familiar mensal.....	24
GRÁFICO 2 – Gênero.....	24
GRÁFICO 3 – Grau de escolaridade.....	25
GRÁFICO 4 – Frequência.....	25
GRÁFICO 5 – Média de gasto individual.....	26
GRÁFICO 6 – Acompanhado.....	26
GRÁFICO 7 – Horário.....	27
GRÁFICO 8 – Dias da semana.....	27

LISTA DE QUADROS

QUADRO 1 - Funcionários previsto inicialmente.....	11
QUADRO 2 - Plano de operações inicial.....	14
QUADRO 3 – Análise SWOT.....	19
QUADRO 4 - Plano de ação de Fraquezas.....	20
QUADRO 5 - Plano de ação de Ameaças.....	20
QUADRO 6 – Fornecedores.....	21
QUADRO 7 – Concorrentes.....	22

SUMÁRIO

SUMÁRIO EXECUTIVO	9
1. DESCRIÇÃO DO EMPREENDIMENTO.....	10
1.1. Razão social	10
1.2. Área de atuação	10
1.3. Missão	10
1.4. Visão	10
1.5. Valores da empresa	11
1.6. Mix de produtos / serviços	11
1.7. Localização	11
1.8. Número de funcionários previstos inicialmente	11
1.9. Estrutura organizacional	12
1.10. Nome do proprietário	13
1.11. Síntese das responsabilidades da equipe dirigente	13
2. PLANO DE OPERAÇÕES	14
3. SITUAÇÃO DO MERCADO	18
3.1. Análise SWOT	18
3.2. Fornecedores	21
3.3. Concorrentes	22
4. PESQUISA DE MERCADO.....	23
5. PLANO DE MARKETING	32
5.1. Segmentação	32
5.2. Posicionamento	33
5.3. Estratégias de produto	34
5.4. Estratégias de preço	34
5.5. Estratégias de praça	35
5.6. Estratégias de promoção	35
6. PLANO FINANCEIRO	36
6.1. Investimentos Fixos	36
6.2. Investimentos Pré-Operacionais.....	38
6.3. Estimativa de Estoque Inicial	39
6.4. Custo Unitário	39
6.5. Faturamento Mensal	40
6.6. Depreciação	40
6.7. Demonstrativos de resultados - DRE	40
6.8. Indicadores de viabilidade	41
6.9. Cenários	41
6.10. Investimento Total.....	41
CONCLUSÃO	42
REFERÊNCIAS	43
APÊNDICES	44

SUMÁRIO EXECUTIVO

A Koala's Burger - Hamburgueria é uma empresa do ramo alimentício, uma hamburgueria artesanal, que tem como objetivo proporcionar momentos de prazer em termos de sabor, serviço e qualidade, unidos a um ambiente especial, descontraído e moderno. Serão servidos no estabelecimento opções como entradas, saladas, hambúrgueres, sobremesas e bebidas. Para conseguir atingir uma gama maior de consumidores será disponibilizado opções de hambúrgueres fit, que é uma linha saudável e hambúrgueres vegetarianos.

O nome Koala's Burger surgiu a partir de uma brincadeira entre amigos, que se reuniam para fazer hambúrgueres juntos nos finais de semana. Através de um apelido de infância, o Koala foi utilizado para identificar o proprietário de uma maneira exclusiva e descontraída.

O empreendimento será localizado na Rua Professora Maria Sales, no bairro de Tambá da cidade de João Pessoa – PB. Trata-se de uma região de centros comerciais/residenciais de grande fluxo de pessoas e fácil acesso. O empreendimento será gerenciado pelo proprietário Yann Ebrahim Barboza e terá, inicialmente, 08 colaboradores, sendo eles: 02 chapeiros, 01 profissional para expedição, 01 auxiliar de cozinha, 01 caixa, 01 auxiliar de limpeza e 02 garçons.

Este nicho de mercado teve um amplo crescimento no País e na cidade de João Pessoa, porém ainda há disponibilidade de crescimento no setor. Pelo fato do hambúrguer ser uma paixão mundial, se tratando de uma alimentação rápida e gostosa.

O valor do investimento inicial será de aproximadamente R\$320.000.000,00, com uma previsão de lucratividade de 57,10% e um prazo de retorno do investimento de 7 meses. Desse modo buscando conquistar clientes de toda capital paraibana, especialmente da área Leste, onde se concentra seu público-alvo.

1. DESCRIÇÃO DO EMPREENDIMENTO

Koala's Burger será uma empresa do ramo alimentício, especializada em comercializar hambúrgueres, que vem com o objetivo de trazer uma nova experiência sensível através do paladar. Neste intuito iremos proporcionar o melhor da gastronomia, com produtos frescos, saborosos e preparados com paixão por uma equipe especializada, que buscará sempre atender, da melhor forma possível, as necessidades dos nossos clientes. Na hamburgueria buscaremos ter uma boa interação com os clientes apresentando um local convidativo, com ambiente agradável para reunir os amigos e desfrutar de bons momentos.

O nosso horário de funcionamento será de Terça à Quinta das 17h às 23h, Sexta e Sábado das 17h às 00h e Domingo das 18h às 23h.

1.1. Razão social

YEB Alimentos

Nome fantasia: Koala's Burger – Hamburgueria

Cpf: 053.475.334-55

1.2. Área de atuação

A Koala's Burger será uma hamburgueria artesanal, lanchonete especializada em lanches diferenciados e “especiais” feitos com hambúrguer de preparo artesanal. Esse nicho de mercado vem se expandindo em todo o território nacional. Observa-se no mercado alimentício haver uma vasta oportunidade de negócio sempre, por se tratar de uma necessidade da população. Segundo a Associação Brasileira das Indústrias da Alimentação - ABIA, com o passar dos anos o setor tem crescido a uma média anual de 14,2%.

Pela rotina conturbada da população o hábito de se alimentar fora do lar tem sido cada vez mais incorporado ao dia a dia dos brasileiros, deixando só de ser apenas uma opção de lazer. Dados do IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística) apontam que o percentual de brasileiros que trocou a refeição em casa por uma fora saltou de 7% para 25%. Além de que o brasileiro gasta cerca de 25% de sua renda com alimentação fora do lar.

O hambúrguer é uma refeição rápida, prática e gostosa. Por esse motivo tornou-se um dos alimentos mais consumidos no mundo. Os clientes das hamburguerias configuram-se, na maioria, em pessoas jovens e adultos que trabalham, estudam ou residem próximos ao estabelecimento, desse modo, o público-alvo da hamburgueria será de pessoas com faixa etária entre 15 a 50 anos, pertencentes às classes sociais A, B e C, de acordo com as respectivas rendas familiares de, acima de R\$19.040,00, R\$9.540,00 até R\$19.039,99 e R\$3.816,00 até R\$9.539,99 (IBGE).

1.3. Missão

Proporcionar momentos de prazer em termos de sabor, serviço e qualidade, unidos a um ambiente especial, descontraído e moderno.

1.4. Visão

Ser reconhecido como a melhor hamburgueria da cidade de João Pessoa – PB, com os produtos mais gostosos e serviço diferenciado.

1.5. Valores da empresa

- Qualidade: Oferecer produtos que estejam em conformidade com as exigências dos clientes.
- Hospitalidade: Acolher os clientes, passando uma sensação de conforto e satisfação.
- Ética e Respeito: Atender ao cliente com uma conduta ética e profissional.
- Diversão: Oferecer um ambiente agradável e divertido para desfrutar de momentos felizes e prazerosos.

1.6. Mix de produtos / serviços

A Koala's Burguer oferecerá em seu cardápio refeições harmoniosas e visará ofertar produtos para todos os públicos, oferecendo opções para pessoas que não comem carne, têm restrições alimentares, entre outros, concentrando sua maior oferta a seu público-alvo.

A nossa paixão pela comida, que ofereceremos será exibida em nosso cardápio especialmente criado que contém algumas opções, sendo elas: entradas, saladas, sanduíches, sanduíches fit, sobremesas, bebidas e bebidas alcoólicas. Dentre essas opções teremos receitas clássicas, como também alternativas para aqueles que gostam do cuidar do corpo e para os vegetarianos, sem esquecer dos loucos por doces. Ofereceremos produtos com ingredientes de procedência e selecionados diariamente, sendo mais frescos, saudáveis e saborosos, todos preparados de maneira artesanal.

1.7. Localização

A localização escolhida foi a Rua Professora Maria Sales, Tambáú, João Pessoa – Paraíba, uma casa em área residencial/empresarial, terreno medindo 15x32(480m²) e 180² de área construída, posição leste. Haverá disponibilidade de estacionamento rotativo para 05 (cinco) veículos de passeio.

Esta localização foi escolhida por se tratar de um local com alto fluxo de pessoas, principalmente no turno da noite que será o horário de funcionamento da Koala's Burguer e ter fácil acesso. Além do fato de faltar opções de hamburguerias artesanais nas proximidades, havendo uma maior concentração nos bairros vizinhos.

1.8. Número de funcionários previstos inicialmente

Inicialmente o empreendimento constituirá de 08 (oito) funcionários para as operações de atendimento ao cliente, cozinha e limpeza.

Funcionários previstos	
Quantidade	Cargo
02	Chapeiros
01	Caixa
02	Garçom
01	Expedição
01	Auxiliar de Limpeza
01	Auxiliar de Cozinha

Quadro 1 - Funcionários previstos inicialmente
Fonte: Elaboração própria (2018).

Com base no manual do Sebrae, o número de funcionários previstos visam suprir a

demanda para uma hamburgueria com uma capacidade para 50 pessoas. Após a fase inicial, com o aumento da demanda e a percepção da necessidade de aumento dos colaboradores, pode-se contratar mais funcionários para as atividades desejadas.

1.9. Estrutura organizacional

Para o começo das atividades, utilizar-se-á uma estrutura simples, por tratar-se de uma organização com pouca padronização. O proprietário atuará juntamente na área estratégica e tática da organização, com uma hierarquia horizontal, em que todos os colaboradores serão subordinados a ele. Com essa opção de estrutura, haverá maior flexibilidade na tomada de decisões, e a estratégia acontecerá de maneira informal e com a visão pessoal do proprietário.

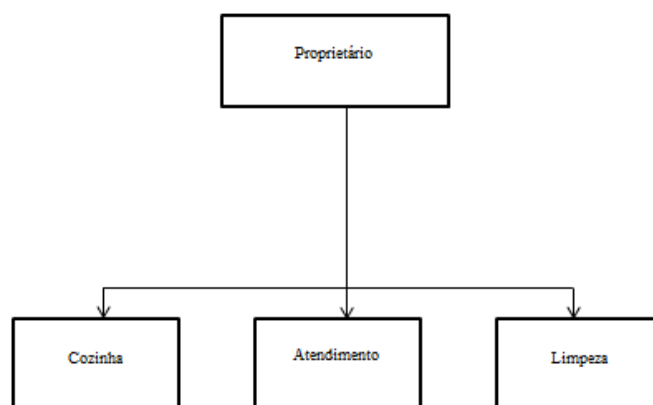


Figura 1 - Estrutura Organizacional Inicial
Fonte: Elaboração própria (2018).

Almeja-se que com decorrer do tempo e com o crescimento da empresa tanto vertical como horizontal, seja viável que a estrutura mude para um melhor planejamento estratégico. Desse modo acredita-se que, no futuro possa-se contratar um gerente para que possa fazer intermediação entre o setor estratégico e o operacional, retirando o proprietário dessa função.

No planejamento a médio prazo, desejar-se-á que a estrutura organizacional fique da seguinte forma:

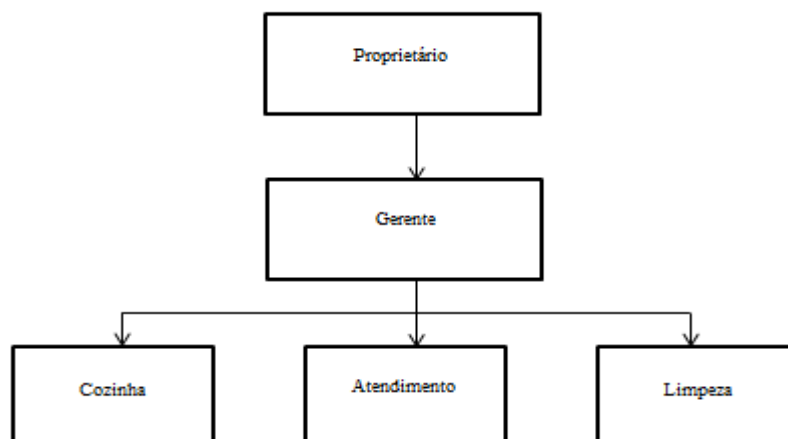


Figura 2 – Estrutura Organizacional Futura
Fonte: Elaboração própria (2018).

As funções realizadas por cada setor será: Proprietário inicialmente será responsável pela administração geral da hamburgueria; Gerente, na estrutura organizacional futura será responsável pela área tática da organização, atuando como controlador da área operacional, responsável pelo bom funcionamento da hamburgueria em relação ao atendimento ao cliente, limpeza do local, qualidade e funcionamento da cozinha; Cozinha é o setor responsável por todo o preparo e armazenamento dos alimentos; Atendimento ficará responsável por trabalhar para que o cliente esteja sempre satisfeito com o produto e serviço disponibilizado para ele; Limpeza será o setor responsável pela higienização do local.

1.10. Nome do proprietário

Yann Ebrahim Barboza

1.11. Síntese das responsabilidades da equipe dirigente

O proprietário será responsável pela administração geral da empresa, concentrando as decisões das áreas de marketing, finanças, recursos humanos, comercial e operacional. Estará presente no dia a dia da empresa para acompanhar a qualidade dos produtos e serviços.

O gestor realizará algumas funções, tais como: organizar atividades de marketing, como eventos promocionais e esquemas de descontos; recrutar, gerir e treinar o pessoal; realizar controle de estoque e pedido de compra; solucionar problemas e conflitos; criar relatórios diários da movimentação de transações da hamburgueria; entre outros.

2. PLANO DE OPERAÇÕES

Com o início das atividades as operações de administração do estabelecimento serão todas do proprietário, que será responsável pelo controle das áreas estratégica e tática, e auxiliará os demais no salão, caso necessário. As atividades operacionais serão de responsabilidade dos demais colaboradores.

Assim, podemos descrever um plano de operações inicial, como exposto no Quadro 2, com as quantidades, cargos e as suas funções.

Funcionários previstos		
Quantidade	Cargo	Função
02	Chapeiros	Responsáveis pelo cozimento das carnes e montagem final do sanduiche.
01	Caixa	Responsável por receber os pedidos, inserir no sistema, fechar contas, receber pagamentos e, dependendo do modelo de negócio, receber os pedidos diretamente dos clientes e via delivery.
02	Garçom	Responsável pelo atendimento aos clientes, sendo necessário bom conhecimento dos produtos e ingredientes a fim de interagir com o cliente no momento do serviço, aconselhando e informando sobre as características das refeições, sugerindo harmonizações com bebidas e outros ingredientes que farão o atendimento do estabelecimento diferenciado.
01	Expedição	Responsável por receber os pedidos (do caixa ou do garçom) e organizar a saída dos produtos para o garçom ou diretamente para o cliente.
01	Auxiliar de Limpeza	Responsável pela limpeza do local, chão, janelas, móveis, banheiros e cozinha.
01	Auxiliar de Cozinha	Precisam ser qualificados e também deverão ter conhecimento sobre higiene e manipulação dos alimentos.

Quadro 2 - Plano de Operações Inicial
Fonte: Elaboração própria (2018).

No Quadro 2 podemos identificar os cargos existentes no setor operacional da hamburgueria, contendo o número de funcionários previstos e suas respectivas funções. Os cargos estão divididos em três setores sendo eles: atendimento ao cliente, cozinha e limpeza.

Para uma melhor visualização dos processos das atividades, foram elaborados três fluxogramas: de atendimento ao cliente, de preparação e de controle.

FLUXOGRAMAS

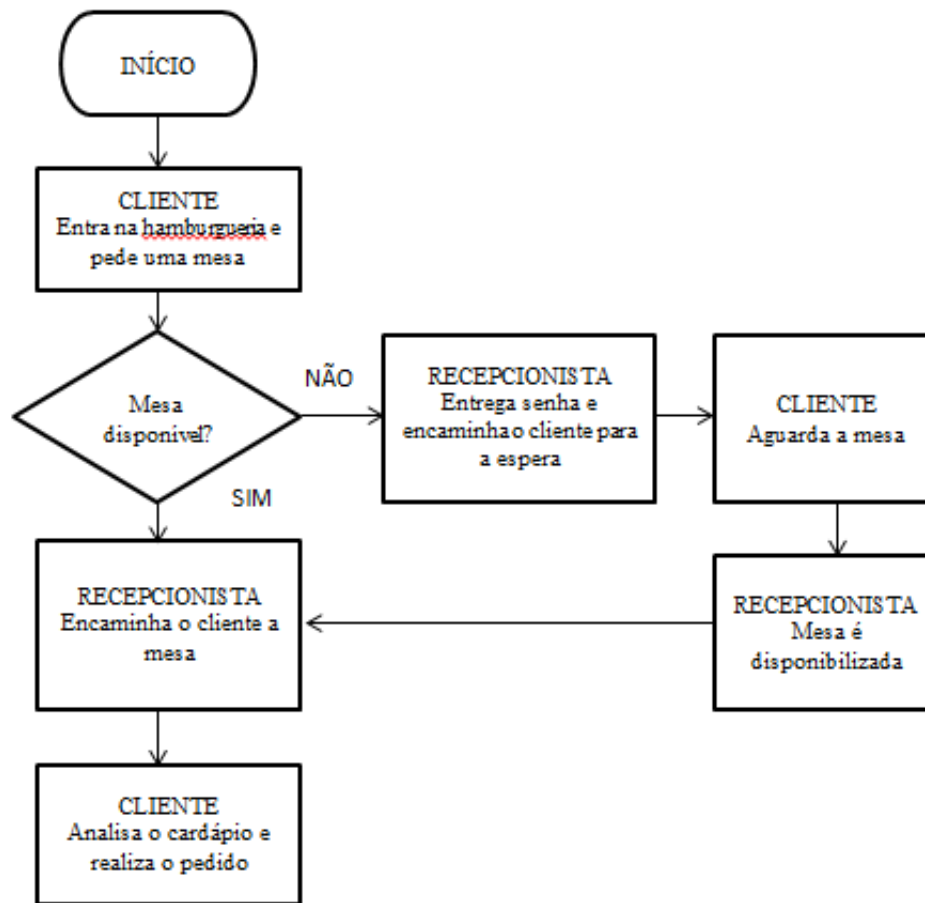


Figura 3 – Fluxograma De Atendimento ao Cliente
Fonte: Elaboração própria (2018).

O fluxograma de atendimento ao cliente se inicia com a entrada do cliente a hamburgueria, percorrendo todas as etapas de sentar à mesa e realização do pedido. Existem quatro passos para o atender o cliente, iniciando por recepcionar, que é um simples ato necessário antes de realizar o atendimento; em seguida deve-se atender o cliente de uma maneira ágil; o próximo passo é satisfazer o cliente, certificando se a comida está chegando corretamente e demonstrando que os membros da hamburgueria tem a obrigação da satisfação; e por último deve-se encantar o cliente, aliando preço, produto, ambiente e funcionários bem treinados.

Conforme o fim das etapas do fluxograma de atendimento ao cliente iniciam-se as atividades de execução da cozinha, que vai desde o recebimento dos pedidos à distribuição dos pratos.

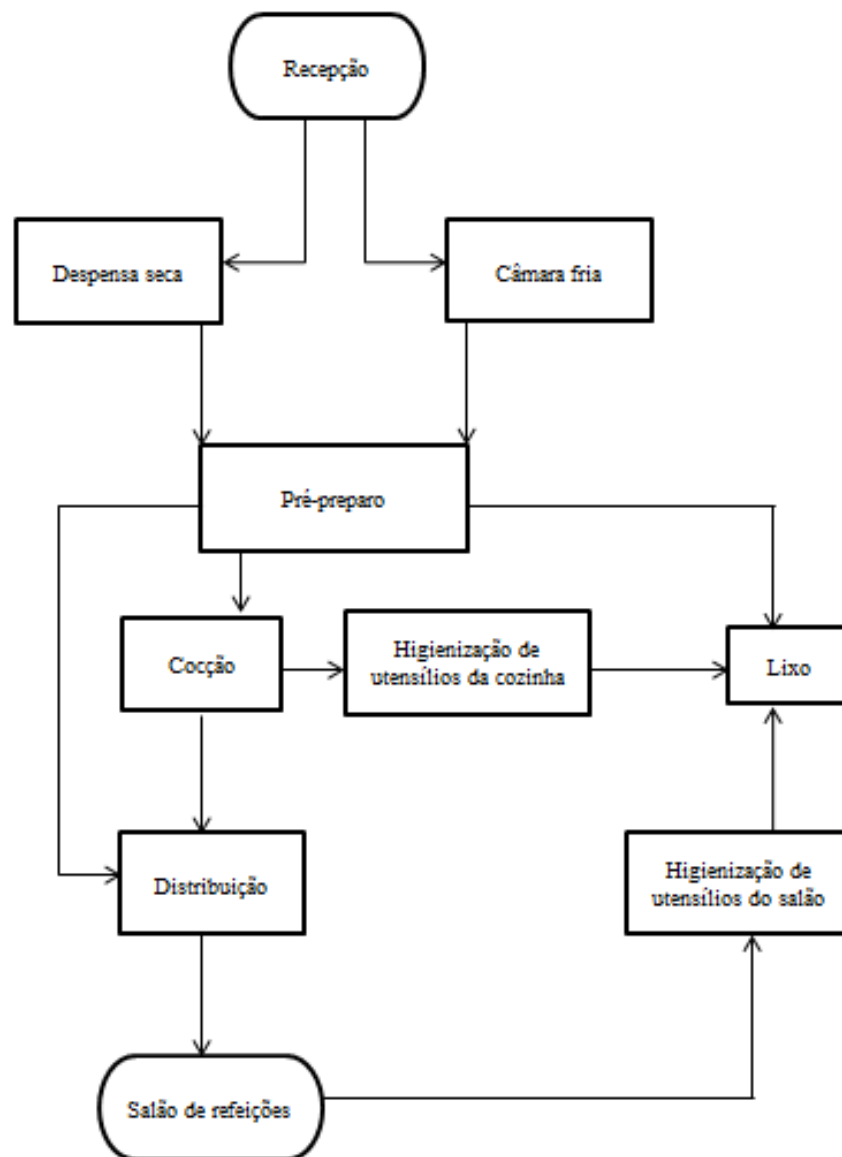


Figura 4 – Fluxograma De Execução da Cozinha
 Fonte: Elaboração própria (2018).

O fluxograma mostra a organização da cadeia de produção de um restaurante, diz respeito a todos os processos envolvidos na cozinha, principalmente sobre manipulação, armazenamento e identificação dos produtos. A cozinha é o elemento principal da hamburgueria, é a etapa mais complexa pois tudo precisa ser devidamente pensado. As etapas da execução da cozinha devem funcionar bem para que a comida chegue impecável ao cliente, além da organização para preservar os ingredientes e sua devida higienização.

3. SITUAÇÃO DO MERCADO

Nos últimos anos houve um grande aumento no número de hamburguerias no mercado do país, assim como na capital da Paraíba. Segundo a Revista InFood (2017), este “foi o grupo de negócios que teve o maior crescimento nos últimos três anos no mercado gastronômico”. De acordo com essa afirmativa muitos podem pensar que se trata de um modelo de negócio que está se esgotando, que é só uma moda e logo vai haver um desinteresse da população, como outros tipos de alimentos. Conforme especialistas da Revista InFood, este ainda é um mercado que tende a crescer, porém por se tratar de um mercado que tem ampla concorrência, é necessário que haja diferenciação das demais para que possa se destacar. Há alguns fatores que levam a acreditar na longa vida das hamburguerias, como o sucesso dos hambúrgueres ao redor do mundo, por ser um alimento rápido de ser feito e gostoso, o que nos dias de hoje é fundamental pela rotina corrida da sociedade, e por se tratar de um negócio com uma grande facilidade de operação e pela alta rentabilidade.

Embora tenha ocorrido um grande crescimento no mercado de hamburguerias nos últimos anos, segundo o Instituto Foodservice Brasil – IFB, o faturamento das redes de alimentação fora de casa cresceu apenas 2,9% no mês de fevereiro em relação a janeiro de 2018. Para o Presidente da IFB, Marinis (2018), é uma variação tímida para o setor, tendo como fator primordial o desemprego no Brasil.

3.1 Análise SWOT

A análise SWOT é uma ferramenta utilizada para fazer análise ambiental, sendo a base da gestão e do planejamento estratégico numa empresa ou instituição, nela é possível identificar os pontos fortes, fracos, e os ambientes interno e externo. (MÜLLER, 2014).

Sendo assim foi realizada uma análise SWOT para que fosse possível identificar a situação da empresa e criar estratégias necessárias, demonstrada a seguir:

Strengths (Forças)

- Qualidade dos produtos – Trabalharemos sempre com produtos de qualidade, priorizando maximizar o sabor e oferecer alimentos saudáveis.
- Equipe capacitada – Oferecemos aos nossos clientes um atendimento especializado, sempre os tratando com respeito, simpatia e cortesia.
- Ambiente agradável e moderno – Proporcionamos um ambiente ideal para momentos de prazer e descontração.
- Interação com o cliente - Buscaremos sempre ter uma sintonia com os clientes, levando suas sugestões para as tomadas de decisões, e assim satisfazer ambas as partes.
- Capital inicial – O investimento inicial utilizado na abertura da hamburgueria será de capital próprio, não será utilizado financiamento. Assim o proprietário terá controle total, podendo decidir com o que, onde e quando investir, além de reduzir os custos de um financiamento.

Weaknesses (Fraquezas)

- Estacionamento reduzido – Apenas cinco vagas disponíveis para carro, em horário de grande movimento pode se tornar um problema.
- Falta de experiência do administrador – Por ser o primeiro empreendimento do administrador, ainda não tem experiência no mercado, sendo algo a ser conquistado só com a vivência ao longo do tempo.
- Novo no mercado – Tratando-se de uma empresa nova, será desconhecida pelo

público.

Opportunities (Oportunidades)

- Refeição rápida – Buscaremos oferecer uma refeição com rápido preparo, para acompanhar a rotina agitada dos clientes
- Possibilidade de delivery – Oferecemos a possibilidade do sistema de delivery, onde a refeição é deixada no endereço a um custo adicional. Só será disponibilizado para os bairros mais próximos, para que o lanche não perca a qualidade.
- Alta rentabilidade – É um segmento prático, que tem um investimento inicial moderado e alto lucro.

Threats (Ameaças)

- Alta concorrência – O mercado de hamburgueria cresceu muito na cidade de João Pessoa, tendo vários concorrentes que oferecem produtos de qualidade.
- Mudança de hábitos alimentares - Acreditamos que a mudança de hábitos possa ser uma ameaça, no entanto não tão direta e imediata, ela seria uma ameaça a longo prazo.
- Redução do interesse do consumidor – Com o grande aumento das hamburguerias no país, há uma preocupação que o interesse do consumidor venha cair com o decorrer dos anos.
- Alta rotatividade e carga trabalhista – É uma preocupação pelo alto custo causado, além do tempo para treinamento de novos colaboradores.

No Quadro 3 está demonstrada a análise SWOT de uma forma mais simples.

Strengths (Forças)	Opportunities (Oportunidades)
<ul style="list-style-type: none">● Qualidade dos produtos● Equipe capacitada● Ambiente agradável e moderno● Interação com o cliente● Capital inicial	<ul style="list-style-type: none">● Refeição rápida● Possibilidade de delivery● Alta rentabilidade
Weaknesses (Fraquezas)	Threats (Ameaças)
<ul style="list-style-type: none">● Estacionamento● Falta de experiência do administrador● Novo no mercado	<ul style="list-style-type: none">● Alta concorrência● Mudança de hábitos alimentares● Redução do interesse do consumidor● Alta rotatividade e carga trabalhista

Quadro 3 – Análise SWOT
Fonte: Elaboração própria (2018).

Com a análise SWOT da Koala's Burger realizada, podemos criar estratégias para melhorias na empresa, minimizando os pontos fracos, explorando as oportunidades e neutralizando as ameaças.

Plano de ações Fraquezas

Para contornar os elementos internos da análise SWOT que podem atrapalhar o negócio, foi elaborado no Quadro 4 um plano de ação (5w2h) visando atenuar cada fraqueza apontada do negócio.

	Estacionamento reduzido	Falta de experiência do administrador	Novo no mercado
--	-------------------------	---------------------------------------	-----------------

Quem deve realizar a ação?	A empresa	O proprietário	A empresa
O que deve ser feito?	Serviço de estacionamento e Vallet	Buscar a prática e adquirir conhecimento na área	Qualidade na prestação de serviço
Onde a ação deve ser executada?	Na própria empresa	Na empresa e em cursos	No mercado de João Pessoa - PB
Quando a ação deve ser realizada?	Ao perceber a necessidade real	Buscar cursos antes da abertura, e a prática após a abertura do estabelecimento	Desde o início das atividades
Como deve ser realizada a ação?	Contratação de empresa terceirizada	Buscando entender o dinamismo do negócio	Fazendo promoções e merchandising
Quanto será o custo da ação a realizar?	Sem custo para a empresa	Variável	Variável
Por que esta ação deve ser realizada?	Comodidade e tranquilidade aos clientes	Para o melhor desempenho da empresa	Para conquistar o mercado consumidor

Quadro 4 – Plano de Ação de Fraquezas

Fonte: Elaboração própria (2018).

A análise das fraquezas da empresa e a criação do plano de ações visa eliminar as mesmas, proporcionando uma estrutura mais eficiente e traz uma vantagem competitiva ao negócio.

Plano de ações e Ameaças

As ameaças são situações externas à empresa que podem atrapalhar o negócio, estão fora do controle da empresa, mas sabe-se que existe uma chance de acontecerem. No Quadro 5 foi criado um plano de ação (5w2h) detalhado para cada ameaça existente.

	Alta concorrência	Mudança de hábitos alimentares	Redução do interesse do consumidor	Alta rotatividade e carga trabalhista
Quem deve realizar a ação?	A empresa	A empresa	A empresa	A empresa
O que deve ser feito?	Fazer merchandising	Alteração dos produtos ofertados	Fazer merchandising e promoções	Pesquisar as causas, diagnosticar cada uma e atribuir uma solução
Onde a ação deve ser executada?	Áreas com potenciais clientes	Na hamburgueria	Em mídias sociais e no próprio estabelecimento	Na própria empresa
Quando a ação deve ser realizada?	Periodicamente	Ao perceber necessidade de mudança	Semanalmente e mensalmente	Desde a abertura da hamburgueria
Como deve ser realizada a ação?	Através de postagem na internet, distribuição de material	Implementação de novas opções no cardápio	Via postagem em redes sociais e divulgação no restaurante	Buscar oferecer boas condições de trabalho
Quanto será o custo da ação a realizar?	Variável	Custo de produção	Variável	Variável
Por que esta ação deve ser realizada?	Conquistar novos clientes	Alcançar uma maior parcela da população	Reestabelecer o interesse do consumidor	Redução da rotatividade dos colaboradores

Quadro 5 – Plano de Ação de Ameaças

Fonte: Elaboração própria (2018).

Além de olhar somente a empresa internamente, é necessário olhar o que acontece no seu exterior, o plano de ações para as ameaças irá auxiliar o gestor a se preparar para que as ameaças impactem minimamente a organização.

3.2 Fornecedores

Os fornecedores são todas as empresas que fornecem materiais para que possa constituir atividade e realizar a venda de produtos e serviços. Para a escolha dos fornecedores de matéria-prima ou produtos, é necessário saber quem são eles, quais são os mais adequados para o negócio e onde se localizam. É importante ter mais de um fornecedor por produto para evitar possíveis problemas, além de que é imprescindível que os fornecedores devam respeitar os prazos e as condições de entrega dos seus produtos ou serviços.

Fornecedor	Ceasa	Rei das Carnes	Empório das Carnes	Bonfim	Pão e companhia	Assaí	Atacadão
Localização e contato	Av. Raniere Mazilli, s/n – Cristo Redentor, João Pessoa - PB, 58.071-000	Av. Gen. Edson Ramalho, 160 - Loja 103 - Manaíra, João Pessoa - PB, 58038-100	Av. Sen. Ruy Carneiro, 180 - Tambaú, João Pessoa - PB, 58039-181	Avenida José Augusto Trindade, 160 - Tambaú, João Pessoa - PB, 58039-020	R. Comerciante Jaime Távares de Melo, 1638 - Manaíra, João Pessoa - PB, 58038-570	Rua Motorista Aldovandro Amâncio Pereira, 51 - Ernesto Geisel, João Pessoa - PB, 58053-000	R. Manoel Lopes de Carvalho, 200 - Ernesto Geisel, João Pessoa - PB, 58073-475
		(83) 3185-5435	(83) 3247-8763	(83) 3247-1146	(83) 3246-2831	(83) 3231-4392	(83) 3044-2075
Descrição dos itens	Verduras e frutas	Carnes	Carnes	Panificação	Panificação	Matéria prima em geral	Matéria prima em geral
Prazo de entrega	Imediata; Curto prazo;						
Condições de pagamento	A vista; A prazo nos cartões;						

Quadro 6 – Fornecedores
Fonte: Elaboração própria (2018).

O Quadro 6 nos mostra os fornecedores escolhidos inicialmente, visando a melhor qualidade e preços justos. Alguns dos fornecedores não se encontram próximo ao estabelecimento, para isso ocorrerá uma maior dificuldade no transporte, caso não consiga a entrega direto na hamburgueria.

Os equipamentos necessários para o estabelecimento serão comprados via Internet, pela facilidade e melhores preços.

3.3 Concorrentes

Na cidade de João Pessoa – Paraíba existem algumas empresas concorrentes da Koala's Burger já atuantes no mercado, que oferecem produtos similares e que buscam satisfazer as necessidades dos seus clientes. Na Zona Leste da cidade foi possível identificar cinco empresas concorrentes, que são:

Empresa	HDO - Hambúrguer De Origem	Pão com Gergelim	Rock29	Hambúrguer Insano	Estupendo
Localização	Av. Guarabira, 645 - Manaíra, João Pessoa - PB, 58038-140	R. Artur Enedino dos Anjos, 78 - Altiplano Cabo Branco, João Pessoa - PB, 58046-180	Av. Fernando Luiz Henriques dos Santos, 1776 - Jardim Oceania, João Pessoa - PB, 58037-051	Av. Gov. Argemiro de Figueiredo, 240 - Bessa, João Pessoa - PB, 58037-030	Av. Monteiro da Franca, 797 - Manaíra, João Pessoa - PB, 58015-680
Contato	(83) 3576-5755	(83) 3034-1597	(83) 98821-6850	(83) 3576-0412	(83) 3023-1180

Quadro 7 - Concorrentes

Fonte: Elaboração própria (2018)

Para que a Koala's Burger tenha sucesso é necessário que haja diferenciação dos seus concorrentes. Tomamos como base nossos concorrentes, fazendo uma análise do que pode-se melhorar em cada uma delas e implementar na hamburgueria. Inicialmente iremos oferecer a opção de montar o seu hambúrguer, que nenhum dos concorrentes realiza, além de oferecer um melhor atendimento em relação ao Pão com Gergelim e o Rock29, oferecer um ambiente mais agradável que o Hambúrguer Insano, oferecer opções de hambúrgueres mais clássicos em relação ao Estupendo e um modelo de negócio diferente do HDO – Hambúrguer de Origem, onde o cliente não precisa ir no caixa realizar o seu pedido.

Além dos supracitados, existem outros diversos concorrentes no nicho de hamburguerias, mas que de certa forma divergem dos principais concorrentes, como foodtrucks, fastfoods, por apresentarem lanches diferentes, variedade reduzida do cardápio, tipo do estabelecimento, entre outros.

É de extrema importância conhecer quem são seus concorrentes. Sabendo quem os são, poderá ter informações verdadeiras sobre eles e sobre suas estratégias. Uma boa análise da concorrência beneficiará o desenvolvimento da empresa, podendo criar estratégias que vão gerar vantagem competitiva. (BIZZOTO, 2008).

4. PESQUISA DE MERCADO

A pesquisa de mercado é um instrumento de coleta de informações junto ao consumidor que auxilia na tomada de decisões. Serve, inclusive, para dimensionar o mercado, identificar o segmento mais lucrativo, detectar novas tendências, avaliar o desempenho de seus produtos e serviços, e a que preços esses produtos poderão ser vendidos (SEBRAE, 2018).

A pesquisa foi realizada através do Google Docs, ferramenta que permite a criação de formulários de pesquisas que podem ser facilmente respondidas por qualquer pessoa pela Internet. A pesquisa foi disponibilizada para resposta entre os dias 29/03/2018 e 07/04/2018. Foram obtidas 89 respostas, com o objetivo de dispor de informações relevantes sobre o campo de atuação das hamburguerias, o negócio, a concorrência e os clientes.

Adotou-se a amostra por conveniência do universo indefinido. Diante dessa amostra, os resultados aqui encontrados e relatados correspondem apenas à realidade dos participantes da pesquisa, isto é, não espelham a totalidade dos frequentadores de hamburguerias gourmet de João Pessoa.

A primeira etapa do questionário contém perguntas sobre o perfil do consumidor, como faixa etária, gênero, renda familiar e escolaridade, na segunda etapa estão perguntas relacionadas ao consumo dos clientes nas hamburguerias.

Idade?	Quantidade	Percentual
Menos de 15 anos	0	0,00%
15 a 23 anos	35	39,30%
24 a 32 anos	31	34,80%
33 a 41 anos	14	15,70%
42 a 50 anos	05	5,60%
Acima de 51 anos	04	4,50%

Tabela 1 – Idade
Fonte: Pesquisa direta (2018).

A Tabela 1 demonstra a representatividade em percentual das faixas etárias dos respondentes desta pesquisa. Nela, não tivemos respondentes menores de 15 anos, o público que interessa ao pesquisador corresponde a 95,4%. Nosso público alvo será de pessoas entre 15 e 50 anos, o que demonstra que a maioria dos questionados se enquadram na idade que interessa à investigação.

Os valores encontrados podem ser reflexo do círculo de amizade mais próximo do pesquisador, que é jovem estudante de ensino superior. Outro influenciador para tais resultados deve ser o ambiente em que os formulários foram disponibilizados, em redes sociais do pesquisador em redes sociais do pesquisador, de seus amigos e de grupos da UFPB, ou seja, em locais onde há predominância dessas faixas etárias entre alunos e professores.

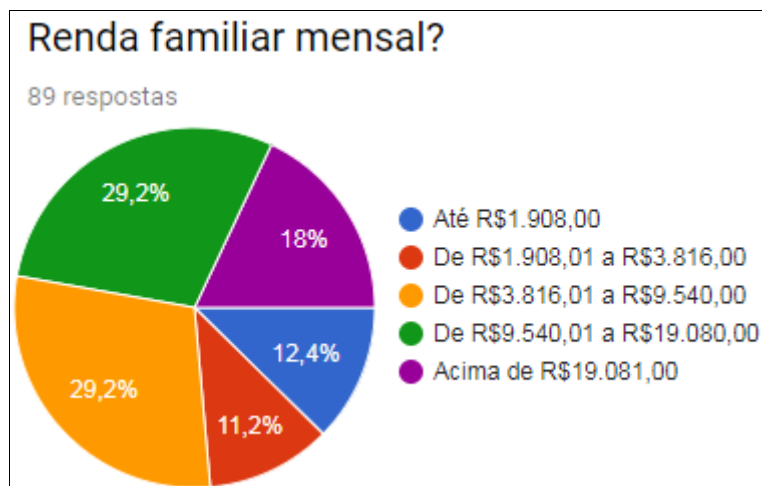


Gráfico 1 – Renda Familiar Mensal
Fonte: Pesquisa direta (2018).

Como nos mostra o Gráfico 1, percebemos que 76,4% dos respondentes se encaixam no perfil que a hamburgueria mirará como público-alvo, que são pessoas pertencentes às classes A, B e C. Por se tratar de um grupo de amigos do pesquisador, a renda familiar dos respondentes podem não justificar a realidade dos frequentadores de hamburguerias de João Pessoa.

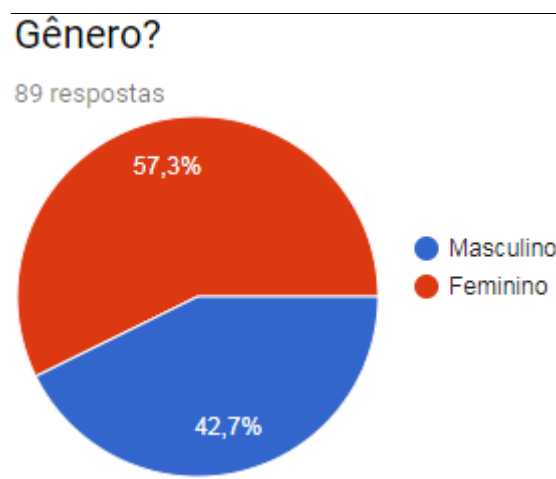


Gráfico 2 – Gênero
Fonte: Pesquisa direta (2018).

De acordo com o Gráfico 2, 42,7% dos respondentes do questionário são do gênero masculino e 57,3% são do gênero feminino. Esse resultado combina com a realidade de João Pessoa, em que 53,31% são de mulheres.

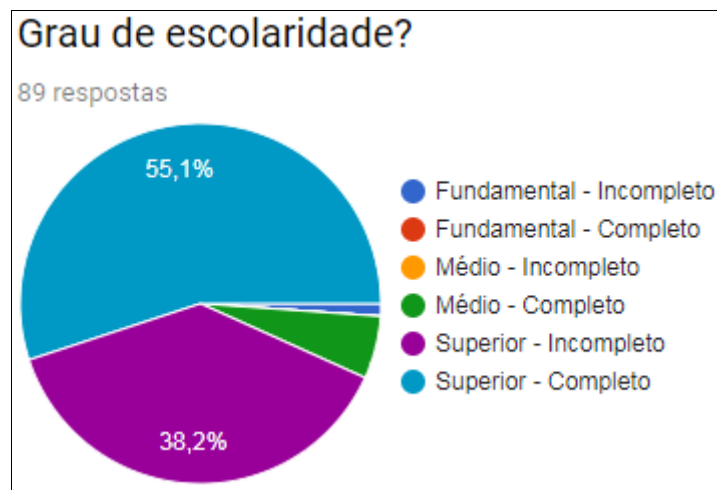


Gráfico 3 – Grau de escolaridade
Fonte: Pesquisa direta (2018).

Analisando o Gráfico 3 percebemos 98,9% dos respondentes se enquadram na idade do público-alvo que são de pessoas entre 15 e 50 anos. Os números devem ser em função do círculo de amigos do pesquisador e dos grupos das redes sociais, juntamente com o público de classe A, B e C que costumam ter o ensino superior completo ou a completar.

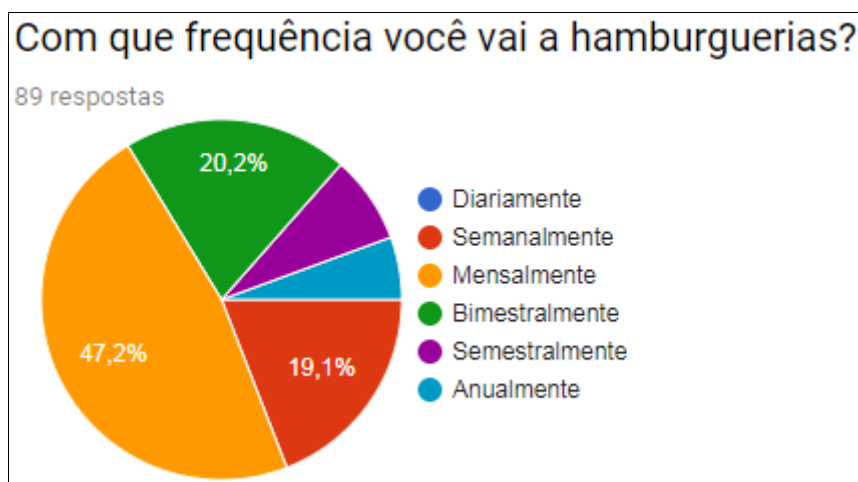


Gráfico 4 – Frequência
Fonte: Pesquisa direta (2018).

Podemos constatar segundo o Gráfico 4, que a maioria dos questionados, cerca de 87% costumam frequentar pelo uma vez a cada dois meses, tendo maior interesse para o pesquisador, pois o restante dos questionados aparentemente não se interessam tanto pela refeição oferecida na hamburgueria.

Para a futura hamburgueria, precisará de um grande número de consumidores para se manter, porque cada um frequenta pouco por mês, seja devido ao preço ou devido a outros fatores.

Qual sua média de gasto individual cada vez que frequenta uma hamburgueria?

89 respostas

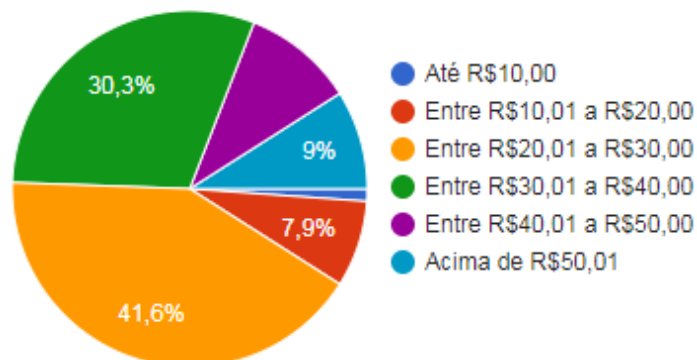


Gráfico 5 – Média de Gasto
Fonte: Pesquisa direta (2018).

Percebe-se com a Gráfico 5 que a média de gasto de individual dos respondentes se enquadram no perfil da hamburgueria, pois grande parte dos questionados costumam gastar no mínimo R\$20,00, sendo um valor apropriado para um lanche. Por mais que o país esteja passando por uma crise econômica e por o hambúrguer ser considerado um lanche, a média individual de gasto foi consideravelmente alta.

Você costuma ir acompanhado à hamburgueria?

89 respostas

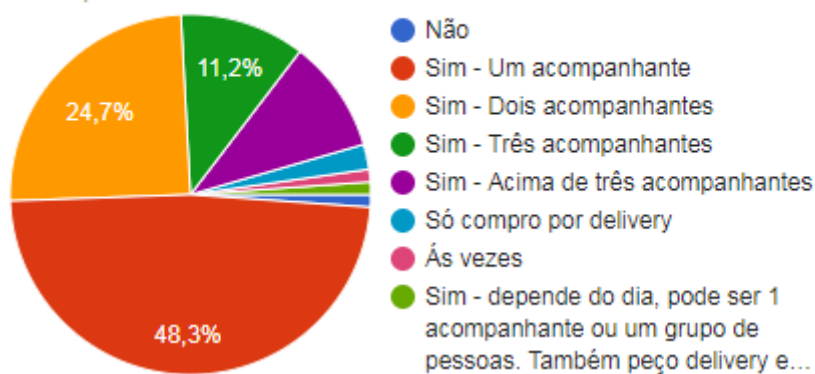


Gráfico 6 – Acompanhado
Fonte: Pesquisa direta (2018).

O Gráfico 6 demonstra que os dados desta amostra indicam que os respondentes vão, em sua maioria, acompanhados de grupos pequenos. Isso demonstra que hamburguerias não são vistas como locais para reuniões com muitos integrantes, não parecendo ideal para aniversários, confraternizações, etc. Entretanto dificilmente as pessoas costumam ir sozinhas, o que aumenta o número de consumidores e produtos vendidos.

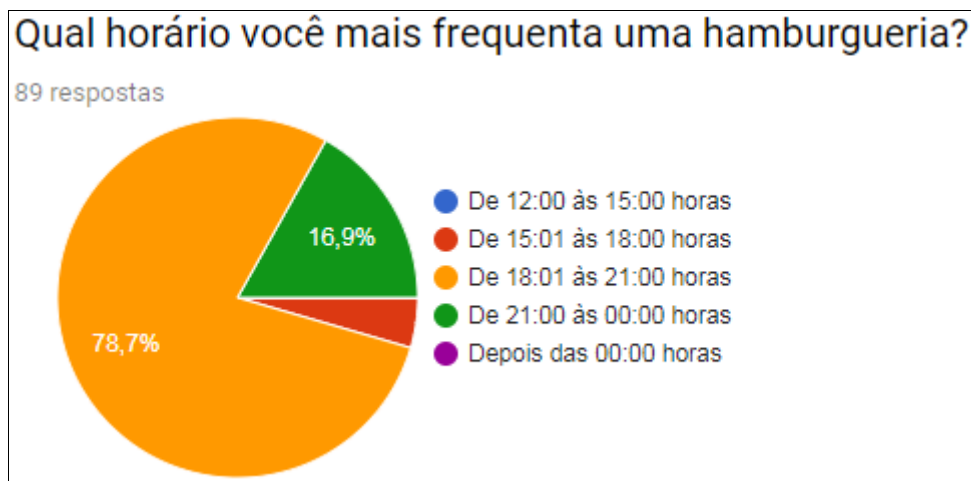


Gráfico 7 – Horário
Fonte: Pesquisa direta (2018).

Como nos mostra o Gráfico 7, grande parte dos respondentes costumam frequentar hamburguerias entre os horários das 15:01 e 00:00 horas, demonstrando que o plano de horário previsto de funcionamento da Koala's Burger atende bem o seu público. No entanto, se o estabelecimento tiver uma programação diferenciada, poderá ter frequência em horários alternativos.

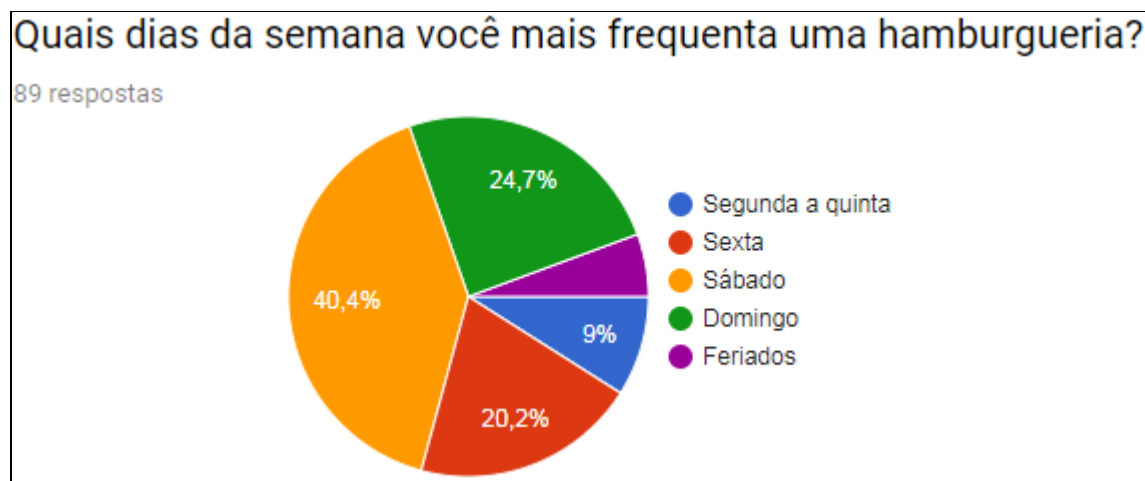


Gráfico 8 – Dias que frequenta
Fonte: Pesquisa direta (2018).

De acordo com o Gráfico 8, os questionados frequentam as hamburguerias apenas nos finais de semana e feriados. Podemos inferir com isto, que a maioria dos respondentes frequentam nos finais de semana, por não ser apenas uma refeição, e sim um momento social de descontração para fugir da rotina da alimentação durante a semana, que é mais regrada.

Quais as duas hamburguerias que você mais frequenta em João Pessoa?	Quantidade
Pão com Gergelim	25
HDO - Hambúrguer de Origem	43
Rock29	17
Hambúrguer Insano	10
Estupendo	06

Waynes	05
The Cave Bar	03
Bob's	03
Marojas	03
Brutu's Burguer	02
TB Burguer	02
The Garage Burguer	02
Burguer King	02
Cousin's Burguer	01
Hamburgueria do Bairro	01
Mc Donald's	01
Britos Burguer	01
Johhny Rockets	01
Tartaruga Burguer	01
Rockabilly	01
Hora Extra	01
Subway	01
Outros	03

Tabela 2 – Hamburguerias preferidas
Fonte: Pesquisa direta (2018).

Analisando a Tabela 2 percebemos que os principais concorrentes são o HDO – Hambúrguer de Origem, Pão com Gergelim, Rock 29, Hambúrguer Insano e Estupendo. Confirmando que são os mesmos estabelecidos no plano de negócios, onde os cinco foram os mais votados.

Os respondentes que têm o perfil do público-alvo desejado para a hamburgueria indicam mais, exatamente, hamburguerias gourmet. Isso porque provavelmente as preferem em detrimento das comuns.

O que você mais costuma consumir em uma hamburgueria?	Quantidade	Percentual
Hambúrguer	75	84,30%
Hambúrguer Fit (Linha saudável)	05	5,60%
Hambúrguer Vegano	0	0,00%
Batata frita	02	2,20%
Onion rings	0	0,00%
Milkshake	02	2,20%
Refrigerante	02	2,20%
Cerveja	0	0,00%
Outros	03	3,30%

Tabela 3 – Mais costuma consumir
Fonte: Pesquisa direta (2018).

Segundo a Tabela 3, os respondentes afirmaram que o mais consumido são os hambúrgueres. Demonstrando que deve-se focar nos hambúrgueres, pois eles são o principal produto oferecido, e os demais produtos são importantes para complementar o cardápio e tentar agradar a todos os gostos.

O que você mais gosta em uma hamburgueria?	Quantidade	Percentual
Localização	02	2,20%
Atendimento	02	2,20%
Qualidade da comida	66	74,20%
Variedade do cardápio	02	2,20%
Ambiente	03	3,40%
Estilo de música	0	0,00%
Praticidade e rapidez	05	5,60%
Promoções	06	6,70%
Outros	03	3,40%

Tabela 4 – O que mais gosta
Fonte: Pesquisa direta (2018).

A Tabela 4 demonstra que segundo os questionados o que mais gostam em uma hamburgueira são a qualidade da comida, as promoções e a praticidade e rapidez. Pela qualidade da comida ser amplamente mais votada na questão, deve-se focar nela, e seguidamente oferecer boas promoções e servir um lanche com maior rapidez.

A questão era objetiva, com a opção de “Outro”, onde o participante poderia expressar sua opinião de forma subjetiva, garantindo a resposta mais adequada de acordo com o consumidor.

O que você menos gosta em uma hamburgueria?	Quantidade	Percentual
Localização	22	24,70%
Atendimento	18	20,20%
Qualidade da comida	05	5,60%
Variedade do cardápio	10	11,20%
Ambiente	04	4,50%
Estilo de música	18	20,20%
Praticidade e rapidez	03	3,40%
Promoções	02	2,20%
Outros	07	7,80%

Tabela 5 – O que menos gosta
Fonte: Pesquisa direta (2018).

Analisando a Tabela 5 percebemos que aproximadamente 25% não gostam da localização das hamburguerias, 20% do atendimento, 20% do estilo de música e 11% da variedade do cardápio, 20,2% do estilo de música. Unindo com os resultados obtidos na questão anterior devemos aliar a qualidade da comida, as promoções e a praticidade e rapidez com uma boa localização, qualidade no atendimento, variedade do cardápio e boas músicas, para poder alcançar o sucesso desejado.

Da mesma forma que a questão anterior, existia uma opção de “Outro”, onde o participante poderia expressar sua opinião de forma subjetiva.

Você acredita que os preços das hamburguerias são justos?	Quantidade	Percentual
Sim	36	40,40%
Não	53	59,60%

Tabela 6 – Preços justos
Fonte: Pesquisa direta (2018).

A Tabela 6 demonstra que 40,4% dos questionados acreditam que os preços aplicados nas hamburguerias sejam justos, e 59,6% responderam que os preços não são justos. Esses dados nos indicam que a maioria, aproximadamente 60% dos respondentes, crê pagar mais caro do que deveria e/ou o contrário, porém por mais que achem os preços injustos, a média de consumo individual obtida foi relativamente alta. Na questão anterior, 3,4% foram categóricos ao apontar que acham o preço elevado. Provavelmente, estes 60% também pensam igual, pois aqui só tiveram esse item a refletir, diferente da questão anterior.

Você utiliza serviço de delivery?	Quantidade	Percentual
Sim	47	52,80%
Não	42	47,20%

Tabela 7 – Serviço de delivery
Fonte: Pesquisa direta (2018).

De acordo com a Tabela 7, 52,8% dos respondentes utilizam o serviço de delivery, enquanto 47,2% afirmam que não o utilizam o delivery. Esse dado demonstra o quanto esse serviço pode ser essencial na manutenção de uma organização, pois muitos utilizam este serviço pela comodidade no dia a dia.

Na sua opinião, o que uma hamburgueria precisa para ficar melhor?	Quantidade
Preço acessível	30
Melhora no atendimento	12
Promoções	10
Qualidade dos produtos	12
Opções saudáveis	06
Melhora no delivery	04
Possibilidade de escolher os ingredientes do hambúrguer	02
Acertar o ponto da carne, quase nenhuma hamburgueria de João Pessoa consegue	01
Hambúrgueres alternativos, com outros tipos de carnes	02
Opções igualmente boas para pessoas com restrições alimentares	01
Outros	09

Tabela 8 – O que precisa para ficar melhor
Fonte: Pesquisa direta (2018).

A pergunta realizada tinha uma resposta subjetiva, onde poderiam expressar sua melhor necessidade para melhoria. Segundo a Tabela 8, 30 usuários afirmaram que o que uma hamburgueria precisa para melhorar é ter um preço mais acessível, 12 informaram a melhoria no atendimento, 12 a qualidade dos produtos e 10 as promoções.

As respostas demonstram que cerca de 25% disseram que os preços precisam melhorar, quando antes ao terem só “preço justo” a avaliar, indicaram ser quase 60%. Isso pode sugerir que parte deste percentual acham pagar pouco pelo sanduiche ou ser consequência, nesta questão, ter outras opções a responder e os respondentes terem se diluídos entre elas em suas prioridades. As demais respostas são condizentes com as respostas anteriores, demonstrando bem o que uma hamburgueria precisa para conquistar os consumidores.

Concluindo a pesquisa de mercado, nota-se com a análise dos resultados que a pesquisa foi fundamental para entender o mercado das hamburguerias artesanais de João

Pessoa - PB. De acordo com isso a Koala's Burguer tentará atender as exigências dos consumidores, suprimindo suas necessidades e queixas, principalmente em relação à qualidade da comida, preços aplicados, localização, variedade do cardápio e atendimento. Conseguindo aliar esses fatores mencionados provavelmente conseguirá conquistar o sucesso e a nossa missão, que é ser reconhecido como a melhor hamburgueria da cidade.

5. PLANO DE MARKETING

O plano de marketing é uma ferramenta de gestão que tem como objetivo orientar o planejamento das ações de como atuar no mercado. Conforme Westwood (1991, p. 19 *apud* BIZZOTO, 2008, p. 117), “um plano de marketing é um documento que formula um plano para comercializar produtos e/ou serviços”. O planejamento pode ser voltado para marca, um produto ou serviço oferecido, possibilitando um aumento de vendas, desenvolvimento de estratégias, entre outros. No plano de marketing está detalhada a segmentação, posicionamento, as estratégias de produto, preço, praça e promoção que serão utilizadas no estabelecimento.

5.1. Segmentação

A segmentação de mercado visa a divisão em grupos de acordo com os interesses semelhantes. Desta forma podemos entender e medir as reações dos clientes em relação ao produto. Direcionamos as estratégias utilizadas visando suprir as necessidades citadas na pesquisa de mercado realizada.

A nossa segmentação de mercado levará em conta os fatores geográficos, demográficos e psicográficos. Facilitando o entendimento de qual é o público prioritário para o direcionamento das ações de marketing. A melhor mensuração possibilitará direcionar melhor os investimentos, e prever melhor os lucros a partir desses investimentos.

- **Geográficos:** A empresa buscará atender principalmente o público da Zona Leste da cidade de João Pessoa, onde estará localizada a hamburgueria e onde há uma maior concentração do público alvo.
- **Demográficos:** Composta por pessoas que serão os maiores consumidores da Koala's Burger, com faixa etária entre 15 anos a 50 anos e pertencentes às classes de renda A, B e C.
- **Psicográficos:** São pessoas com uma vida social mais agitada que gostem de sair para ter uma boa alimentação e reunir os amigos, e pessoas que estão passando pela região e precisam de um lanche rápido pela rotina agitada.

5.2. Posicionamento

Em uma pesquisa baseada em dados secundários e pesquisa de mercado com o público alvo, percebemos uma oportunidade de negócio no nicho de hamburguerias direcionada a pessoas na faixa etária de 15 a 50 anos e com uma renda familiar mensal acima de R\$3.816,00. Por se tratar de um modelo de negócio, simples e lucrativo, que teve um amplo crescimento nos últimos anos, ainda é um segmento que tem capacidade de expansão na cidade de João Pessoa.

Temos como objetivo trazer um lanche de qualidade, bom atendimento, em um ambiente agradável e em uma localização privilegiada na zona leste, onde se concentra a maior parte do público alvo. Visando preencher as necessidades citadas na pesquisa de mercado pelos consumidores, onde foi informada a imprescindibilidade da melhoria no atendimento, um lanche a preço justo e melhora na localização.

5.3. Estratégias de produto

O objetivo principal da Koala's Burger é aliar produtos de qualidade a uma variedade de produtos que possa atender as necessidades e preferências do público, oferecendo além dos hambúrgueres normais, produtos para pessoas que buscam uma alimentação mais saudável e para consumidores com restrições alimentares que buscam uma alimentação gostosa. Buscaremos também oferecer a opção do cliente montar o seu próprio hambúrguer, pois caso as cardápio não agrade, ele mesmo pode escolher seus ingredientes e agradar o seu paladar. A opção do próprio cliente escolher os ingredientes do seu hambúrguer é algo que falta nas hamburguerias de João Pessoa, também é algo citado como necessário pelos respondentes na pesquisa de mercado.

Nosso cardápio contará com sete categorias, entradas/acompanhamentos, saladas, hambúrgueres, hambúrgueres fit, hambúrgueres vegetarianos, sobremesas e bebidas. A categoria hambúrgueres será a que concentrará os maiores esforços promocionais, por se tratar do grande responsável por atrair as pessoas para a Koala's Burger. As opções de hambúrgueres fit e vegetariano serão para complementar o cardápio e atingir um maior público, já que na pesquisa de mercado ficou claro que poucos consumidores os buscam.

Para enfatizar a qualidade dos nossos lanches que é o principal fator apontado pelos consumidores na pesquisa de mercado, os produtos utilizados serão sempre de excelente qualidade. As carnes utilizadas nos blends serão de boa procedência, além de o nosso pão ter uma fórmula exclusiva para a Koala's Burger.

Um dos fatores mais importante para a Koala's Burger é a padronização dos produtos, para isso todos os funcionários passarão por treinamento antes de começarem a trabalhar, será desenvolvido o manual da cozinha que terá as receitas, fichas técnicas, tipo, peso ou quantidade de ingredientes, equipamentos a ser utilizados e, controle de estoques e de qualidade dos produtos.

Na hamburgueria será aberta aos clientes a sugestão de novos produtos e serviços, buscando todo mês ter opções diferentes de hambúrgueres além das encontradas no cardápio.

5.4. Estratégias de preço

O objetivo da Koala's Burger é praticar preços similares ao da concorrência, e aumentar a lucratividade com o aumento do número de vendas. Como a utilização de preços médios de mercado não consiste nem em vantagem nem em desvantagem em relação aos concorrentes. A hamburgueria procurará obter vantagem competitiva em outros aspectos, diferenciando-se assim dos concorrentes e tornando-se a melhor escolha para os consumidores.

Para melhorar a rotatividade de clientes, ofereceremos descontos em alguns produtos de acordo com o dia da semana, tendo todos os dias de semana algum lanche com preço especial. Além de oferecer descontos em combos de hambúrguer, batata frita e bebida, visando diminuir o preço para o cliente, impulsionar o consumo e o aumento das vendas.

Na pesquisa de mercado realizada ficou claro que a maioria dos consumidores das hamburguerias acreditam que os preços não são justos, para isso, buscaremos oferecer sempre produtos de qualidade, um ótimo atendimento e um ambiente agradável. Nossa intenção é fazer com que ao pagar a conta, ele perceba que o preço realizado foi justo e o benefício de ter escolhido a Koala's Burger foi maior do que aquele que ele obteria na concorrência.

5.5. Estratégias de praça

A localização é um dos fatores mais importantes apontados pelos consumidores na pesquisa de mercado, devido a isso nossa localização escolhida para abertura da Koala's Burguer foi a Rua Professora Maria Sales, no bairro de Tambáú, João Pessoa. A escolha dessa localização justifica-se por se tratar de um dos bairros de maior renda de João Pessoa e localizar-se na zona leste, onde se encontra a maioria do nosso público alvo.

A Rua Professora Maria Sales é uma via que cruza todo o bairro de Tambáú, interligando os bairros de Manaíra e Cabo Branco da zona leste da cidade. A via conta com um alto fluxo de pessoas no horário da noite, pelo fácil acesso tanto por transporte particular como por transporte público, pela falta de opções na região e pela visibilidade da hamburgueria, pois reforça a presença do empreendimento para os clientes, servindo de estímulo para ser visitada, podendo assim ocorrer uma alta captura de clientes.

5.6. Estratégias de promoção

Os objetivos das estratégias de promoção e propaganda serão inicialmente a divulgação da inauguração da Koala's Burguer e apresentação da marca, criando uma imagem positiva frente aos clientes e tornar conhecidos os produtos e serviços oferecidos pela hamburgueria.

A mídia mais utilizada para divulgação serão as redes sociais, por ter uma linguagem adequada ao público alvo, ocorrendo uma maior penetração junto ao cliente e sendo de baixo custo comparado a outras formas de divulgação. A região na qual a Koala's Burguer estará localizada e os bairros da zona leste, onde está localizado o nosso público alvo, será aquela que receberá mais ações de marketing, através da divulgação em mídias especializadas em outdoors e placas. Além da divulgação feita por clientes satisfeitos, que é muito mais efetiva que qualquer outro tipo de publicidade.

Ao longo prazo as ações terão com objetivo o fortalecimento da marca e divulgação de novas promoções e produtos, induzindo o cliente ao consumo. A fidelização dos clientes é de extrema importância para a marca, buscando permanentemente desenvolver ações para encantar o cliente, com isso aumentará o consumo na Koala's Burger e limitará o crescimento da concorrência.

6. PLANO FINANCEIRO

O Plano Financeiro irá transformar em números os objetivos propostos, é o espaço em que estarão as metas do negócio, além da estratégia e projeção de vendas. Gastos com marketing, despesa de pessoal, custos fixos e variáveis, projeções de venda e análises de rentabilidade.

6.1. Investimentos Fixos

Descrição	Quantidade	Valor Unitário	Total
Cervejeira	1 uni	R\$ 4.985,20	R\$ 4.985,20
Geladeira/Câmara fria	1 uni	R\$ 5.100,00	R\$ 5.100,00
Refrigerador	1 uni	R\$ 5.075,00	R\$ 5.075,00
Moedor de carne	1 uni	R\$ 3.525,00	R\$ 3.525,00
Char Broiler	1 uni	R\$ 2.577,10	R\$ 2.577,10
Fogão	1 uni	R\$ 1.426,70	R\$ 1.426,70
Extrator de suco	2 uni	R\$ 194,00	R\$ 388,00
Batedor de milkshake	1 uni	R\$ 1.008,00	R\$ 1.008,00
Liquidificador	2 uni	R\$ 478,00	R\$ 956,00
Fritadeira	1 uni	R\$ 1.407,00	R\$ 1.407,00
Chapa	1 uni	R\$ 1.207,85	R\$ 1.207,85
Pia	1 uni	R\$ 2.823,80	R\$ 2.823,80
Lava louça	1 uni	R\$ 12.690,30	R\$ 12.690,30
Balcão	1 uni	R\$ 5.999,00	R\$ 5.999,00
Estante	3 uni	R\$ 945,33	R\$ 2.833,00
Balança	1 uni	R\$ 682,00	R\$ 682,00
Coifa	1 uni	R\$ 648,00	R\$ 648,00
Panelas	10 uni	R\$ 65,00	R\$ 650,00
Utensílios	40 uni	R\$ 100,00	R\$ 4.000,00
Armário	1 uni	R\$ 3.520,00	R\$ 3.520,00
Cadeiras	63 uni	R\$ 209,52	R\$ 13.200,00
Mesas	17 uni	R\$ 397,26	R\$ 6.753,55
Pratos	100 uni	R\$ 8,76	R\$ 876,00
Talheres	96 uni	R\$ 8,70	R\$ 836,00
Copos	110 uni	R\$ 6,54	R\$ 719,40
Lixeira	3 uni	R\$ 83,79	R\$ 251,39
Computadores	2 uni	R\$ 1.381,58	R\$ 2.763,16
Impressora	1 uni	R\$ 759,90	R\$ 759,90
Telefone	2 uni	R\$ 79,00	R\$ 158,00
Ar condicionado	3 uni	R\$ 1.000,00	R\$ 3.000,00
Total	-	-	R\$ 90.819,35

Tabela 9 – Investimentos fixos
Fonte: Elaboração própria (2018).

Na Tabela 9 consta o investimento inicial, estão todos os equipamentos

necessários a serem comprados para o estabelecimento, além da sua quantidade, valor unitário e total. Incluindo-se os equipamentos da cozinha, escritório e salão. Dentre os equipamentos utilizados na hamburgueria, a área da cozinha possuirá o maior número de equipamento e os maiores valores investido em relação aos demais.

6.2. Investimentos Pré-Operacionais

Descrição	Valor
Reforma	R\$216.000,00
Treinamento	R\$1.500,00
Divulgação	R\$2.500,00
Abertura	R\$1.029,63
Total	R\$221.029,63

Tabela 10 – Investimentos pré-operacionais
Fonte: Elaboração própria (2018).

Na Tabela 10 observam-se os investimentos pré-operacionais, que compreendem todos os gastos realizados antes do início das atividades da empresa, apresenta com o que será gasto e seu devido valor. Os investimentos pré-operacionais são onde se terá os maiores gastos, muito influenciado pelo valor da reforma da hamburgueria.

6.3. Estimativa do estoque inicial

Ingredientes	Quantidade	Valor unitário	Valor total
Alface	5 uni	R\$ 6,00	R\$ 30,00
Tomate	3 uni	R\$ 2,39	R\$ 7,17
Cebola	4 uni	R\$ 5,39	R\$ 21,56
Rúcula	2 uni	R\$ 1,80	R\$ 3,60
Beterraba	1 uni	R\$ 2,25	R\$ 2,25
Brócolis	2 uni	R\$ 2,70	R\$ 5,40
Palmito	1 uni	R\$ 23,95	R\$ 23,95
Salsinha	2 uni	R\$ 1,29	R\$ 2,58
Cebolinha	2 uni	R\$ 1,09	R\$ 2,18
Alho	3 uni	R\$ 12,89	R\$ 38,67
Banana	1 uni	R\$ 12,00	R\$ 12,00
Morango	4 uni	R\$ 25,00	R\$ 100,00
Laranja	2 uni	R\$ 9,89	R\$ 19,78
Limão	2 uni	R\$ 2,49	R\$ 4,98
Maracujá	5 uni	R\$ 3,79	R\$ 18,95
Batata	10 uni	R\$ 3,39	R\$ 33,90
Quinoa	4 uni	R\$ 6,40	R\$ 25,60
Aveia	4 uni	R\$ 1,95	R\$ 7,80
Pimenta Jalapeño	1 uni	R\$ 18,00	R\$ 18,00
Pimenta do reino	10 uni	R\$ 2,90	R\$ 29,00
Cominho	4 uni	R\$ 5,60	R\$ 22,40

Páprica	4 uni	R\$ 7,60	R\$ 30,40
Cebola em pó	4 uni	R\$ 5,80	R\$ 23,20
Alho em pó	3 uni	R\$ 5,10	R\$ 15,30
Canela em pó	4 uni	R\$ 2,99	R\$ 11,96
Farinha de mandioca	2 uni	R\$ 2,59	R\$ 5,18
Farinha de rosca	4 uni	R\$ 8,99	R\$ 35,96
Amido de milho	2 uni	R\$ 9,30	R\$ 18,60
Fumaça líquida	1 uni	R\$ 16,83	R\$ 16,83
Ketchup	15 uni	R\$ 7,90	R\$ 118,50
Maionese	15 uni	R\$ 9,65	R\$ 144,75
Mostarda	15 uni	R\$ 7,95	R\$ 119,25
Azeite	2 uni	R\$ 18,50	R\$ 37,00
Óleo	10 uni	R\$ 5,00	R\$ 50,00
Ovos	3 uni	R\$ 9,95	R\$ 29,85
Vinagre	4 uni	R\$ 4,39	R\$ 17,56
Manteiga	1 uni	R\$ 45,00	R\$ 45,00
Margarina	1 uni	R\$ 13,99	R\$ 13,99
Mel	2 uni	R\$ 12,90	R\$ 25,80
Açúcar	4 uni	R\$ 1,69	R\$ 6,76
Açúcar mascavo	2 uni	R\$ 15,90	R\$ 31,80
Sal	4 uni	R\$ 0,99	R\$ 3,96
Queijo cheddar	10kg	R\$ 90,00	R\$ 900,00
Queijo parmesão	2kg	R\$ 48,90	R\$ 97,80
Queijo prato	3kg	R\$ 64,90	R\$ 194,70
Queijo brie	1kg	R\$ 69,90	R\$ 69,90
Queijo gorgonzola	2kg	R\$ 100,00	R\$ 200,00
Queijo catupiry	0,5kg	R\$ 9,50	R\$ 19,00
Cream cheese	0,5kg	R\$ 14,50	R\$ 14,50
Pão branco	160 uni	R\$ 0,75	R\$ 120,00
Pão australiano	70 uni	R\$ 1,40	R\$ 98,00
Pão integral	40 uni	R\$ 1,40	R\$ 56,00
Croutons	5 uni	R\$ 8,00	R\$ 40,00
Blend de carne	260 uni	R\$ 3,15	R\$ 819,00
Filé	20 uni	R\$ 6,38	R\$ 127,60
Peito de frango	30 uni	R\$ 1,40	R\$ 42,00
Asa de frango	2 uni	R\$ 10,00	R\$ 20,00
Bacon	3 uni	R\$ 24,99	R\$ 74,97
Doce de leite	1 uni	R\$ 41,90	R\$ 41,90
Leite condensado	1 uni	R\$ 41,90	R\$ 41,90
Creme de leite	5 uni	R\$ 2,25	R\$ 11,25
Leite	30 uni	R\$ 3,35	R\$ 100,50

Leite Ninho	7 uni	R\$ 10,50	R\$ 73,50
Oreo	25 uni	R\$ 2,18	R\$ 54,50
Chocolate branco	18 uni	R\$ 6,40	R\$ 115,20
Chocolate em pó	3 uni	R\$ 10,90	R\$ 32,70
Geleia de frutas vermelhas	2 uni	R\$ 11,40	R\$ 22,80
Nutella	5 uni	R\$ 13,50	R\$ 67,50
Sorvete	26 uni	R\$ 16,00	R\$ 416,00
Água	400 uni	R\$ 0,69	R\$ 276,00
Refrigerantes	400 uni	R\$ 1,99	R\$ 796,00
Heineken	50 uni	R\$ 3,29	R\$ 164,50
Eisenbahn	50 uni	R\$ 3,69	R\$ 184,50
Itaipava	50 uni	R\$ 2,68	R\$ 134,50
Jack Daniel's	2 uni	R\$ 90,00	R\$ 180,00
Kit de limpeza	2 uni	R\$ 80,00	R\$ 160,00
Guardanapo	1 uni	R\$ 49,00	R\$ 49,00
Papel higiênico	1 uni	R\$ 85,00	R\$ 85,00
Canudo	4 uni	R\$ 13,00	R\$ 52,00
Sachês	4 uni	R\$ 39,99	R\$ 159,96
Total	-	-	R\$7.344,10

Tabela 11 – Estimativa estoque inicial

Fonte: Elaboração própria (2018).

Na Tabela 11 está um esboço do que será o estoque inicial, com todos os ingredientes e utensílios, respectivas quantidades e valores unitários e totais. Para atender as necessidades dos consumidores, e aliar praticidade e qualidade, notou-se a necessidade de comprar carnes e pães 3 vezes na semana; frutas e verduras 2 vezes na semana; e o demais ingredientes 1 ou 2 vezes na semana.

6.4. Custos fixos

Descrição	Valor
Funcionários	R\$ 15.000,00
Energia	R\$ 800,00
Água	R\$ 600,00
Internet/Telefone	R\$ 300,00
Sistema de informática	R\$ 200,00
Propaganda	R\$1.400,00
Total	R\$ 18.300,00

Tabela 12 – Custos fixos

Fonte: Elaboração própria (2018).

A Tabela 12 demonstra os custos mensais necessários para o funcionamento da hamburgueria e divulgação da mesma.

6.5. Custo Unitário

Produto	Custo unitário
Batatas fritas	R\$ 0,70
Batatas fritas c/Bacon e Cheddar	R\$ 2,50
Buffalo Wings	R\$ 2,00
Onion Rings	R\$ 2,00
Saladas	R\$ 7,00
Hambúrgueres	R\$ 7,00
Brigadeiro de colher	R\$ 1,50
Sorvete de creme, chocolate e morango	R\$ 2,00
Água	R\$ 0,69
Refrigerantes	R\$ 1,99
Sucos	R\$ 2,50
Milkshakes	R\$ 5,50
Cervejas	R\$ 3,20

Tabela 13 – Custo unitário
Fonte: Elaboração própria (2018).

A Tabela 13 demonstra o custo unitário de cada produto que será vendido no estabelecimento. Os valores obtidos de acordo com os ingredientes utilizados em cada receita. Para o custo unitário dos hambúrgueres, foi realizada uma média de preço de todas as receitas.

6.6. Faturamento Mensal

Produto	Quantidade	Preço unitário	Faturamento total
Batatas fritas	750	R\$ 8,00	R\$ 6.000,00
Batatas fritas c/Bacon e Cheddar	190	R\$ 12,00	R\$ 2.280,00
Buffalo Wings	150	R\$ 20,00	R\$ 3.000,00
Onion Rings	150	R\$ 16,00	R\$ 2.400,00
Saladas	60	R\$ 20,00	R\$ 1.200,00
Hambúrgueres	2250	R\$ 22,00	R\$ 49.500,00
Brigadeiro de colher	150	R\$ 7,00	R\$ 1.050,00
Sorvete de creme, chocolate e morango	150	R\$ 11,00	R\$ 1.650,00
Água	600	R\$ 4,00	R\$ 2.400,00
Refrigerantes	1125	R\$ 5,00	R\$ 5.625,00
Sucos	190	R\$ 7,00	R\$ 1.330,00
Milkshakes	375	R\$ 16,00	R\$ 6.000,00
Cervejas	375	R\$ 6,50	R\$ 2.437,50
Total	-	-	R\$ 84.872,50

Tabela 14 – Faturamento mensal
Fonte: Elaboração própria (2018).

Observa-se na Tabela 14 a previsão do faturamento mensal total, os produtos e

suas respectivas quantidades vendidas, seu preço unitário e faturamento total.

6.7. Depreciação

Ativos	Valor dos bens	Vida útil (anos)	Depreciação Anual	Depreciação Mensal
Equipamentos/móveis	R\$ 88.056,19	10	R\$ 8.805,61	R\$ 733,80
Computadores e periféricos	R\$ 2.736,16	5	R\$ 547,23	R\$ 45,70

Tabela 15 – Depreciação
Fonte: Elaboração própria (2018).

A Tabela 15 contém a depreciação dos ativos da hamburgueria, seu valor total, a sua vida útil, a depreciação anual e mensal.

6.8. Demonstrativos de resultados – DRE

Descrição	Valor mensal	Valor anual	Percentual
Receita total de vendas (+)	R\$ 84.872,50	R\$ 1.018.470,00	100,00%
Custos com mercadoria (-)	R\$ 29.376,40	R\$ 352.516,80	34,61%
Impostos sobre vendas (-)	R\$ 7.027,44	R\$ 84.329,28	8,28%
Margem de contribuição	R\$ 48.468,66	R\$ 581.623,92	57,10%
Custos fixos	R\$ 18.300,00	R\$ 219.600,00	21,56%

Tabela 16 – Demonstrativos de resultados
Fonte: Elaboração própria (2018).

Verifica-se na Tabela 16 o demonstrativo de resultado, sua receita total, seus custos, impostos e margem de contribuição, estando descrito o valor mensal e o percentual de receitas e custos. A margem de contribuição encontrada demonstra que o negócio tem uma boa lucratividade.

6.9. Indicadores de viabilidade

Indicadores	Ano 1
Ponto de equilíbrio	R\$ 384.588,44
Lucratividade	57,10%
Rentabilidade	172,33%
Prazo de retorno do investimento	7 meses

Tabela 17 – Indicadores de viabilidade
Fonte: Elaboração própria (2018).

Segundo a Tabela 17 o ponto de equilíbrio é de R\$384.588,44, com uma lucratividade de 57,10% e uma rentabilidade de 172,33% e o retorno do capital investido será em 7 meses. Com estes números percebe-se que em relação ao capital investido, a sua lucratividade e rentabilidade é expressiva, tendo um prazo de retorno do investimento considerado baixo.

6.10. Cenários

Descrição	Cenário provável		Cenário pessimista		Cenário otimista	
	Valor	Percentual	Valor	Percentual	Valor	Percentual
Receita total de vendas (+)	R\$ 84.872,50	100,00%	R\$ 63.654,37	100,00%	R\$ 106.090,63	100,00%
Custos com mercadoria (-)	R\$ 29.376,40	34,61%	R\$ 22.032,30	34,61%	R\$ 36.720,50	34,61%
Impostos sobre vendas	R\$ 7.027,44	8,28%	R\$ 4.837,73	7,59%	R\$ 8.964,66	8,45%
Margem de contribuição	R\$ 48.468,66	57,10%	R\$ 36.784,34	57,78%	R\$ 60.405,47	56,93%

Tabela 18 – Cenários

Fonte: Elaboração própria (2018).

A Tabela 18 relaciona os cenários possíveis, pessimista, otimista e provável. Demonstra ainda as receitas totais, seus custos, impostos e margem de contribuição. Os cenários pessimista e otimista foram produzidos com uma Acréscimo e perda de 25%.

6.11 Investimento Total

Descrição	Valor
Investimento Inicial	R\$ 319.193,08
Capital de Giro	R\$ 51.024,80
Investimento Total	R\$370.218,60

Tabela 19 – Investimento Total

Fonte: Elaboração própria (2018).

A Tabela 19 demonstra o investimento inicial para abertura do empreendimento e o capital de giro suficiente para qualquer imprevisto será advindo de capital próprio, sem necessidade de empréstimo ou financiamento.

CONCLUSÃO

A questão analisada no trabalho está relacionada à elaboração de um plano de negócio para abertura de uma hamburgueria em João Pessoa. Como qualquer empreendimento possui um risco intrínseco, é necessário um bom planejamento para o negócio em questão, para que assim possa minimizar os riscos.

Os objetivos do trabalho eram fazer a descrição do empreendimento, a situação do mercado, uma pesquisa de mercado e os planos de marketing e financeiro. As maiores dificuldades encontradas situaram-se no plano financeiro, pelo fato do pesquisador não ter experiência na área gastronômica e necessitar de uma estimativa de quais serão os equipamentos necessários, estoque inicial, entre outros, para que se tenha um bom desenvolvimento do plano financeiro.

Pode-se afirmar que o principal benefício trazido pelo trabalho está no conhecimento adquirido durante todo o processo e nas barreiras que devem ser superadas para que o negócio se torne financeiramente viável e lucrativo. Após a realização do trabalho e com os dados coletados principalmente no plano financeiro ficou claro que a empresa Koala's Burguer é uma boa oportunidade de negócio, por ser um empreendimento simples, com alta lucratividade e curto prazo para retorno do investimento.

O pesquisador continuará estudando sobre o tema para conquistar maior conhecimento na área administrativa e principalmente na área gastronômica e angariando fundos para que a Koala's Burguer tenha sua implementação em alguns anos.

REFERÊNCIAS

Revista Infood. Disponível em: <http://infood.com.br/hamburguerias-o-grupo-de-negocios-de-maior-crescimento-no-mercado-gastronomico/>. Acesso em: 11/03/2018.

Associação Brasileira das Indústrias da Alimentação – ABIA. Disponível em: <https://www.abia.org.br/vsn/>. Acesso em: 11/03/2018.

Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/>, Acesso em: 11/03/2018.

Instituto Foodservice Brasil – IFB. Disponível em: <http://www.institutofoodservicebrasil.org.br/>, acesso em: 06/04/2018.

Sebrae. Disponível em: <http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae>, acesso em: 11/03/2018.

MÜLLER, C. **Planejamento Estratégico, Indicadores e Processos.** São Paulo: Editora Atlas S.A, 2014.

BIZZOTO, C. **Plano de Negócios para Empreendimentos Inovadores.** São Paulo: Editora Atlas S.A, 2008.

APÊNDICE

Pesquisa de mercado hamburgueria

Este questionário é parte do Trabalho de Conclusão de Curso – TCC do curso de Administração, realizado na Universidade Federal da Paraíba, Campus I – João Pessoa, que objetiva obter informações valiosas sobre o mercado de hamburguerias, onde pretende atuar. Logo, gostaríamos de solicitar ao (a) Senhor (a) pesquisado (a) o comprometimento e a fidedignidade nas respostas, haja vista que culminará com a veracidade transmitida em apresentação científica na UFPB.

1- Idade?

- Menos de 15 anos
- 15 a 23 anos
- 24 a 32 anos
- 33 a 41 anos
- 42 a 50 anos
- Acima de 51 anos

2- Renda familiar mensal?

- Até R\$1.908,00
- De R\$1.908,01 a R\$3.816,00
- De R\$3.816,01 a R\$9.540,00
- De R\$9.540,01 a R\$19.080,00
- Acima de R\$19.081,00

3- Gênero?

- Masculino
- Feminino

4- Grau de escolaridade?

- Fundamental – Incompleto
- Fundamental – Completo
- Médio – Incompleto
- Médio – Completo
- Superior – Incompleto
- Superior – Completo

5- Com que frequência você vai a hamburguerias?

- Diariamente
- Semanalmente

- Mensalmente
 - Bimestralmente
 - Semestralmente
 - Anualmente
- 6- Qual sua média de gasto individual cada vez que frequenta uma hamburgueria?
- Até R\$10,00
 - Entre R\$10,01 a R\$20,00
 - Entre R\$20,01 a R\$30,00
 - Entre R\$30,01 a R\$40,00
 - Entre R\$40,01 a R\$50,00
 - Acima de R\$50,01
- 7- Você costuma ir acompanhado à hamburgueria?
- Não
 - Sim - Um acompanhante
 - Sim - Dois acompanhantes
 - Sim - Três acompanhantes
 - Sim - Acima de três acompanhantes
 - Só compro por delivery
 - Outros
- 8- Qual horário você mais frequenta uma hamburgueria?
- De 12:00 às 15:00 horas
 - De 15:01 às 18:00 horas
 - De 18:01 às 21:00 horas
 - De 21:00 às 00:00 horas
 - Depois das 00:00 horas
- 9- Quais dias da semana você mais frequenta uma hamburgueria?
- Segunda a quinta
 - Sexta
 - Sábado
 - Domingo
 - Feriados
- 10- Quais as duas hamburguerias que você mais frequenta em João Pessoa?

- Pão com Gergelim
- HDO - Hambúrguer de Origem
- Rock29
- Hambúrguer Insano
- Outros

11- O que você mais costuma consumir em uma hamburgueria?

- Hambúrguer
- Hambúrguer Fit (Linha saudável)
- Hambúrguer Vegano
- Batata frita
- Onion rings
- Milkshake
- Refrigerante
- Cerveja
- Outros

12- O que você mais gosta em uma hamburgueria?

- Localização
- Atendimento
- Qualidade da comida
- Variedade do cardápio
- Ambiente
- Estilo de música
- Praticidade e rapidez
- Promoções
- Outros

13- O que você menos gosta em uma hamburgueria?

- Localização
- Atendimento
- Qualidade da comida
- Variedade do cardápio
- Ambiente
- Estilo de música

- Praticidade e rapidez
- Promoções
- Outros

14- Você acredita que os preços das hamburguerias são justos?

- Sim
- Não

15- Você utiliza serviço de delivery?

- Sim
- Não

16- Na sua opinião, o que uma hamburgueria precisa para ficar melhor?

APÊNDICE – 2

Entradas

Batata Frita

Batata frita com queijo cheddar e bacon

Buffalo wings

Onion Ring

Saladas

Alface, filé em tiras, tomate, brócolis, palmito, queijo parmesão e molho caesar

Alface, frango grelhado em tiras, cenoura, croutons, brócolis, beterraba, queijo prato e molho caesar

Hambúrgueres

Clássicos

Hambúrguer: Pão branco, blend de carne bovina, alface e tomate

Chesseburguer: Pão branco, blend de carne bovina, queijo prato, alface e tomate

Chesse bacon: Pão branco, blend de carne bovina, queijo prato, bacon, alface e tomate

Gourmet

Pão australiano, blend de carne bovina, queijo cheddar, farofa de bacon e molho barbecue de jack daniel's

Pão branco, blend de carne bovina, queijo cheddar, maionese verde, molho de jalapeño com alho

Pão branco, blend de carne bovina recheado com queijo Catupiry, envelopado com bacon e maionese de alho

Pão australiano, blend de carne bovina, queijo gorgonzola, cebola caramelizada, rúcula e tomate

Pão branco, blend de carne bovina, queijo brie e geleia de frutas vermelhas

Pão branco, frango empanado, cream cheese e alface

Fit/Vegetariano

Pão integral, blend de carne bovina, creme de palmito, cheddar low sódio, alface, tomate e cebola

Pão integral, hambúrguer de quinoa, aveia e cenoura, cheddar low sódio, alface, tomate e cebola

Sobremesas

Brigadeiro de colher

Sorvete de creme, calda de chocolate e fatias de morango

Bebidas

Água

Refrigerantes

Sucos

Milkshakes (Creme com Oreo, Nutella com leite Ninho, Chocolate branco com morango e Doce de leite com banana)

Cervejas